

П.Г.ПЕРЕРВА, С.М.ІЛЛЯШЕНКО, С.В.ГАРМАШ, М.О.ПОПОВ
МИТНЕ, ІНФОРМАЦІЙНЕ, ФІНАНСОВЕ, МАРКЕТИНГОВЕ ТА ІННОВАЦІЙНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ТА ТУРИСТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ

В умовах ринку всі суб'єкти ринкових відносин зацікавлені в оцінці конкурентоспроможності та надійності своїх партнерів. Тому розробка методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств реального сектору економіки та сфери обслуговування є в достатній мірі важливою та актуальною. Метою роботи є дослідження методологічної бази оцінки конкурентних переваг та рівня конкурентоспроможності промислових та туристичних підприємств. Рейтинг є оцінкою аналізованого об'єкта за шкалою показників, а також індикатором ділової активності, який адекватно відображає кон'юнктуру ситуацію і дозволяє зробити точний прогноз її зміни. Поряд з цим рейтинг представляє думку експертів, а також оцінку підприємства на основі кількісного і якісного аналізу. Застосування методики рейтингової оцінки дозволяє в найбільш узагальненому вигляді представити діяльність підприємств на ринку, визначити найбільш ефективні способи інвестування капіталу і тим самим підвищити ефективність виробництва. Методика рейтингової оцінки організацій носить системно-комплексний характер і заснована на різних аналітичних підходах до їх ранжирування. Вона має універсальний характер, але в той же час може враховувати галузеві особливості досліджуваних підприємств. Дана методика може бути проведена як за кожним із зазначених методів окремо, так і з використанням усіх методів одночасно.

Методичний підхід оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства заснований на формуванні агрегованого показника конкурентоспроможності, який враховує одночасно митні, інформаційні, маркетингові, фінансові та інноваційні складові діяльності підприємства. Проведений SWOT-аналіз низки туристичних фірм м.Харкова свідчить про те, що науково-технічні розробки та їх впровадження залишається в Україні однією з найбільш нерегульованих сфер суспільного життя, відповідно, здійснення інноваційного прориву вимагає широкого комплексу заходів з боку держави, які мають передбачати наступні напрямки: розробку і прийняття відповідного нормативно – правове забезпечення, створення сприятливого інституційного середовища, підтримку елементів інноваційної системи (технопарки, технополіси, інфоporti, бізнес – інкубатори, «бізнес – янголи»), розробку та впровадження фінансового, кредитного, податкового, митного та інформаційного механізмів забезпечення розвитку інноваційних напрямків економіки.

Ключові слова: туризм, промисловість, конкурентні переваги, бізнес, агрегований показник, підприємства

П.Г.ПЕРЕРВА, С.Н.ІЛЛЯШЕНКО, С.В.ГАРМАШ, Н.А.ПОПОВ
ТАМОЖЕННЕ, ІНФОРМАЦІЙНЕ, ФІНАНСОВЕ, МАРКЕТИНГОВЕ І
ІННОВАЦІЙНЕ ОБЕСПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТІ ПРОМИШЛЕННИХ І
ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

В условиях рынка все субъекты рыночных отношений заинтересованы в оценке конкурентоспособности и надежности своих партнеров. Поэтому разработка методов оценки уровня конкурентоспособности предприятий реального сектора экономики и сферы обслуживания является в достаточной мере важной и актуальной. Целью работы является исследование методологической базы оценки конкурентных преимуществ и уровня конкурентоспособности промышленных и туристических предприятий. Рейтинг представляет собой оценку рассматриваемого объекта по шкале показателей, а также индикатором деловой активности, который адекватно отражает конъюнктурной ситуации и позволяет сделать точный прогноз ее изменения. Наряду с этим рейтинг представляет мнение экспертов, а также оценку предприятия на основе количественного и качественного анализа. Применение методики рейтинговой оценки позволит в наиболее обобщенном виде представить деятельность предприятий на рынке, определить наиболее эффективные способы инвестирования капитала и тем самым повысить эффективность производства. Методика рейтинговой оценки организаций носит системно-комплексный характер и основана на различных аналитических подходах к их ранжирования. Она имеет универсальный характер, но в то же время может учитывать отраслевые особенности исследуемых предприятий. Данная методика может быть проведена как по каждому из указанных методов отдельно, так и с использованием всех методов одновременно.

Методический подход оценки уровня конкурентоспособности предприятия основан на формировании агрегированного показателя конкурентоспособности, который учитывает одновременно таможенные, информационные, маркетинговые, финансовые и инновационные составляющие деятельности предприятия. Проведенный SWOT-анализ ряда туристических фирм Харькова свидетельствует о том, что научно-технические разработки и их внедрение остается в Украине одной из самых нерегулируемых сфер общественной жизни, соответственно, осуществления инновационного прорыва требует широкого комплекса мер со стороны государства, должны предусматривать следующие направления: разработку и принятие соответствующего нормативно - правовое обеспечение, создание благоприятной институциональной среды, поддержку элементов инновационной системы (технопарки, технополіси, Инфопорт, биз - инкубаторы, «бізнес - ангели»), разработку и внедрение финансового, кредитного, налогового, таможенного и информационного механизмов обеспечения развития инновационных направлений экономики.

Ключевые слова: туризм, промышленность, конкурентные преимущества, бизнес, агрегированный показатель, предприятия

P.G. PERVERVA, S.M. ILYASHENKO, S.V. GARMASH, M.O. POPOV
CUSTOMS, INFORMATION, FINANCIAL, MARKETING AND INNOVATIVE ENSURING
COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL AND TOURIST COMPANIES

In the minds of the market of all sub'kty rinkovyh v_dnosin zatsikavleni in the evaluation of the competitiveness of that competitiveness of our partners. In addition, the development of methods of social development of competitiveness of the real sector of the economy and the sphere of servicing in a sufficient number of important and relevant. By the method of e_dostandzhennya methodological base of competitive evaluation of competitors and competitiveness of industrial and tourist attractions. The rating of the assessment of the analytical site for the scale of indicators, as well as the indicator of social activity, which is adequate to the situation situation and allow you to get an accurate forecast of the situation. The order of the rating is represented by experts, as well as the performance of the company on the basis of a comprehensive and legal analysis. Zastosuvannya techniques reytingovoї otsinki permitted in naybilsh uzagalnenomu viglyadi predstaviti diyalnist of companies on the market analysis, viznachiti naybilsh effektivni way to investuvannya kapitalu i tim himself pidvischiti effektivnist virobnitstva. The methodology of rating otsinki organizatsiy to have a system-complex nature and is dominated by various analiticheskie to ix ranzhiruvannya. Vona is a unique character, and at the same time, we can fuck up the city halls. This technique can be carried out for all the methods of the region, as well as for all of the one-hour methods.

Methodically pidhid otsinyuvannya rinvya konkurentospromozhnosti pidpriemstva zasnovany on formuvanni agregovanogo pokaznika

© П.Г.Перерва, С.М.Ілляшенко, С.В.Гармаш, М.О.Попов, 2019

konkurentospromozhnosti, yaky vrahovue odnchasno mitni, informatiyni, marketingovi, finansovi that innovatsiyni skladovi diyalnosti pidpriemstva. SWITCHING AREA Directly: development and acceptance of a common regulatory and legal framework, the construction of an institutional institutional mid-market, corporate innovation system (technoparks, technopoly, infrastructure, with - inkubatori "BIZNES - Yangola") rozrobku that vprovadzhennya finansovogo, credit, podatkovih, Mitnija that informatiynogo mehanizmv zabezpechennya rozvitku innovatsiynih napryamkiv Economy.

Keywords: tourism, industry, competitiveness, business, aggravations showcase, companies

Вступ. Для управління сучасним високоефективним і конкурентоспроможним промисловим та туристичним комплексами, які мають широкі можливості для задоволення потреби українських і іноземних громадян, необхідно застосування економіко-математичних моделей. Аналіз ситуації в Україні свідчить, що, попри високий інтелектуальний потенціал у прикладній та фундаментальній науці, показники темпів та якості інноваційних процесів в національній економіці залишаються надзвичайно низькими. Так, домінуючими в Україні є ресурсномісткі низькотехнологічні галузі, а високотехнологічні напрямки створюють лише близько 3-5% загального продукту ВВП. Відповідно даним Держкомстату, інноваціями займаються близько 11% промислових підприємств.

Фінансування високотехнологічних напрямків є вкрай низьким, інвестиції не спрямовуються до інноваційної сфери. Щорічно скорочується освоєння нових видів техніки – за 10 років майже у 12 разів. Протягом 15 років кількість зайнятих в високотехнологічній сфері в Україні – скоротилась втричі. Тільки за останні роки з ВНЗ пішло більш 5000 чоловік професорсько-викладацького складу, у тому числі більш 400 докторів наук. Найпрогресивніші наукомісткі галузі, такі як нанотехнології, оптоелектроніка, біотехнології, геноміка, фотоніка, CALS-технології, в Україні майже відсутні – менше 0,1%. Все це характерно в нашій країні як для промислових підприємства, так і для сфери обслуговування, наприклад, для індустрії туризму та гостинності, що передбачає проведення спеціальних наукових досліджень по інформаційному, маркетинговому, інноваційному та фінансовому забезпеченню достатнього рівня конкурентоспроможності як підприємств реального сектору економіки (промислові підприємства), так і підприємств сфери обслуговування (туризм, готельно-ресторанне обслуговування і т.п.).

Аналіз стану питання. В умовах ринку всі суб'єкти ринкових відносин зацікавлені в оцінці конкурентоспроможності та надійності своїх партнерів. Оцінка конкурентоспроможності включає наступні етапи:

- аналіз ринку і вибір найбільш конкурентоспроможного товару;
- визначення порівняльних параметрів зразків товару;
- розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності оцінюваного товару.

Як відомо рейтинг є оцінкою аналізованого об'єкта за шкалою показників, а також індикатором ділової активності, який адекватно відображає кон'юнктуру ситуацію і дозволяє зробити точний прогноз її зміни. Поряд з цим рейтинг представляє думку експертів, а також оцінку підприємства на основі кількісного і

якісного аналізу. Застосування методики рейтингової оцінки дозволить в найбільш узагальненому вигляді представити діяльність підприємств на ринку, визначити найбільш ефективні способи інвестування капіталу і тим самим підвищити ефективність виробництва. Методика рейтингової оцінки організацій носить системно-комплексний характер і заснована на різних аналітичних підходах до їх ранжирування. Вона має універсальний характер, але в той же час може враховувати галузеві особливості досліджуваних підприємств. Дана методика може бути проведена як за кожним із зазначених методів окремо, так і з використанням усіх методів одночасно.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблеми оцінювання конкурентних переваг та рівня конкурентоспроможності промислових та туристичних підприємств в певній мірі розглянуто в наукових працях таких вчених, як Кисельової І.А. та Трамової А.М. [1], Наумової С.А. [6], Порошиної О.В. [17], Сердюкової Н.К., Романової Л.М. та Сердюкова Д.А. [21], Маркіної І.А. та Маховки В.М. [4], Романової Г.М. [18], Матросової В.О. [16], Перерви П.Г. [24] та ін.

В цих наукових розробках детально розглянуто показники якості результатів підприємницької діяльності, розроблено методи їх оцінки та агрегування часткових показників в комплексний. Все це є в достатній мірі цікаво з наукової точки зору і широко використовується в практиці роботи як промислових, так і туристичних підприємств.

Разом з тим, на наш погляд, поза увагою дослідників залишилися такі важливі напрямки як врахування при формуванні комплексного показника конкурентоспроможності митного, інформаційного, маркетингового та фінансового забезпечення конкурентних переваг, що робить існуючі методичні розробки в певній мірі неповними і такими, що потребують свого методичного удосконалення.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження методологічної бази оцінки конкурентних переваг та рівня конкурентоспроможності промислових та туристичних підприємств.

Результати дослідження. Серед чинників негативної ситуації в сфері промислових та туристичних підприємств, слід відзначити:

- по-перше, відсутність єдиної державної підтримки розвитку інноваційних процесів. Незважаючи на прийняту Стратегію інноваційного розвитку України, перехід до інноваційної економіки не відбувся, оскільки реальні кроки не мали системного характеру;
- по –друге, відсутньою є дієва законодавча база, так відповідні нормативноправові акти, щодо наукової і науково-технічної діяльності та відносини інтелектуальної власності, є недосконалими та неузгодженими. Занизькими є темпи розгляду та затвердження нових нормативних актів. Необхідним

вважається створення Науковотехнічного та інноваційного Кодексу України (НТКУ), який має сформувати єдину правову систему законодавчого забезпечення наукової та науково-технологічної діяльності, органічно пов'язати між собою різні структурні елементи та встановити правові основи їх взаємодії;

- по – третє, недостатнім і неефективним є рівень фінансування освіти та науки та інноваційного бізнесу;

- по – четвєрте, гальмує інноваційний розвиток країни несприятливе інституційне середовище – відсутність дієвої інноваційної інфраструктури, труднощі фінансового та кредитного забезпечення впровадження науково-технічних розробок; несформованість механізмів стимулювання інвестиційних процесів у сфері високих технологій;

- по – п'яте, відсутній якісний попит на

високотехнологічні розробки, що спричинено неспроможністю вітчизняних виробників фінансувати та впроваджувати відповідні наукові дослідження. Через відсутність комерціалізації продукту не відбувається взаємовигідне співробітництво між освітою, наукою та реальним сектором. Це викликає необхідність пошуку цільової аудиторії на Заході.

Проведемо більш детальний аналіз організаційно-економічного та конкурентного стану деяких туристичних фірм міста Харкова. Відомо, що туристичні фірми оточує зовнішнє середовище, яка може впливати позитивно (надавати можливості) і негативно (загрози) на їх розвиток. Кожна туристична фірма має сильні і слабкі сторони, які дозволяють в стислому вигляді уявити ринкову ситуацію - небезпеки і можливості, які очікують фірму на ринку, а також її слабкі та сильні характеристики, тобто її потенціал, що відтворено нами в табл. 1 [1].

Таблиця 1 - Аналіз діяльності туристичних фірм міста Харкова

Туристична фірма	Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
"Вояж делюкс"	Хороший імідж. Різноманітні тури. Гнучка система знижок на колективні заявки. Комфортабельні автобуси. Вигідне партнерство. Можливості бронювання: по електронній пошті, по телефону, онлайн. Орієнтація діяльності турфірми в значній мірі на задоволення потреб клієнтів	Застарілі тури. Слабка організація маркетингової інформаційної системи. Відсутність досвіду маркетингових досліджень. Неефективне використання працівників Недоліки митного супроводу	Розширення асортименту. Розвиток інформаційних технологій. Використання сучасних систем автоматизації. Можливість обслуговування додаткових груп споживачів. Участь у виставках і рекламних турах	Жорстокість конкуренції. Зміна смаків і потреб клієнтів. Інфляційні процеси. Несприятлива демографічна ситуація. Несприятлива іміджева політика
«Харків-курорт-сервіс»	Хороший імідж. Різноманітні тури. Гнучка система знижок на колективні заявки. Комфортабельні автобуси. Вигідне партнерство. Сприятливо склався імідж. Можливості бронювання: по електронній пошті, по телефону, онлайн. Орієнтація діяльності турфірми в значній мірі на задоволення потреб клієнтів	Застарілі тури. Недоліки митного супроводу. Слабка організація маркетингової інформаційної системи на турфірмах. Відсутність досвіду маркетингових досліджень. Вузька спеціалізація турпродукту. Неефективне використання працівників	Розширення асортименту. Розвиток інформаційних технологій. Використання сучасних систем автоматизації. Збільшення попиту на автобусні тури. Можливість обслуговування додаткових груп споживачів. Участь у виставках і рекламних турах	Жорстокість конкуренції. Зміна смаків і потреб клієнтів. Інфляційні процеси. Збільшення вартості реклами. Несприятлива демографічна ситуація. Несприятлива іміджева політика
«Marina - Express»	Хороший імідж. Різноманітні тури. Гнучка система знижок на колективні заявки. Комфортабельні автобуси. Вигідне партнерство. Введення нових турів. Інноваційний підхід. Можливості бронювання: по електронній пошті, по телефону, онлайн. Орієнтація діяльності турфірми в значній мірі на задоволення потреб клієнтів	Застарілі тури. Слабка організація маркетингової інформаційної системи на турфірмах. Недоліки митного супроводу. Відсутність досвіду маркетингових досліджень. Неефективне використання працівників	Розширення асортименту. Розвиток інформаційних технологій. Використання сучасних систем автоматизації. Збільшення попиту на автобусні тури. Можливість обслуговування додаткових груп споживачів. Проведення виставок і рекламних турів і участь в них.	Жорстокість конкуренції. Зміна смаків і потреб клієнтів. Інфляційні процеси. Несприятлива демографічна ситуація. Несприятлива іміджева політика

Використовуючи методику агрегованого показника, запропоновану І.А.Кисельовою та А.М.Трамовою [1], проведемо оцінку підсистем за п'ятибальною шкалою, використовуючи наступну залежність:

$$O_m = \gamma_m \sum_{i=1}^{i=n} \alpha_i,$$

де O_m - оцінка m -ї підсистем туристичної фірми; α_i - оцінка підсистеми показників туристичної фірми за п'ятибальною шкалою; γ_i – питома вага m -ї підсистем туристичної фірми в загальній оцінці її

конкурентоспроможності.

Завдяки агрегованого показника ми бачимо, що найбільш конкурентоспроможною з трьох фірм є турфірма «Marina - Express». Успіх фірми складається в тому, що вона розвивається завдяки інноваціям. Модель ділової досконалості показує, що інновації та навчання сприяють поліпшенню можливостей і, отже,

результатів.

Агрегований показник можливостей турфірм: «Вояж делюкс» - 792; «Харків-курорт-сервіс» - 754; «Marina - Express» - 648.

Агрегований показник результатів турфірм: «Вояж делюкс» - 387; «Харків-курорт-сервіс» - 414; «Marina - Express» - 429 (табл. 2).

Таблиця 2 – Оцінювання підсистем конкурентоспроможності туристичних фірм міста Харкова

Критерій загальної конкурентоспроможності туристичного підприємства	Туристичні фірми міста Харкова			
	Ваговий коефіцієнт, %	«Вояж делюкс»	«Харківкурорт-сервіс»	«Marina - Express»
Лідуюча роль керівництва (складова топ-менеджменту)	10	130	100	140
Менеджмент персоналу (управлінська складова)	9	80	64	88
Політика і стратегія (інноваційна складова)	8	135	117	126
Ресурси і партнери (фінансова складова)	9	153	153	198
Менеджмент процесів (технологічна складова)	14	294	280	294
Задоволеність персоналу (кадрова складова)	9	180	180	180
Задоволеність споживачів (маркетингова складова)	20	54	72	72
Вплив на суспільство	6	48	42	42
Результати бізнесу (складова ефективності бізнесу)	15	105	120	135

Турфірма «Вояж делюкс» має великі можливості, ніж турфірма «Харків-курорт-сервіс», у якій більше показник результатів. Якщо порівнювати загальний сукупний вимір цих фірм, то слід зробити висновок, що конкурентоспроможність у «Вояж делюкс» вище, ніж у «Харків-курорт-сервіс». Ця фірма працює по виробленій схемою без введення інноваційних проектів, турів, де є великий ризик. У свою чергу «Вояж делюкс» і «Marina - Express» застосовують інновації в своїй роботі, вводять нові тури, навчають співробітників, беруть участь у виставках і рекламних турах.

Висновки. Аналіз дозволяє виявити існуючі проблеми, що стоять перед турфірмами, і вказати шляхи їх усунення. Якісний і швидкий розрахунок агрегованих показників є важливим умовою для виявлення недоліків діяльності турфірм, які необхідно усувати при введенні інноваційних проектів.

Проведений аналіз свідчить, що науково-технічні розробки та їх впровадження залишається в Україні однією з найбільш нерегульованих сфер суспільного життя, відповідно, здійснення інноваційного прориву вимагає широкого комплексу заходів з боку держави, які мають передбачати наступні напрямки: розробку і прийняття відповідного нормативно – правове забезпечення, створення сприятливого інституційного середовища, підтримку елементів інноваційної системи (технопарки, технополіси, інфоporti, бізнес – інкубатори, «бізнес – янголи»), розробку та впровадження фінансового, кредитного, податкового, митного та інформаційного механізмів забезпечення розвитку інноваційних напрямків економіки.

Список літератури

1. Киселева И.А., Тримова А.М. Анализ деятельности туристских фирм с использованием модели делового совершенства // Региональная экономика: теория и практика. 2013. №30. – с.53-58.
2. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний

інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.

3. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.
4. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.
5. Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2015. - № 4. - С. 11-19.
6. Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
7. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.
8. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
9. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32 .
10. Перерва П.Г., Косенко А.В., Кобелева, Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.

11. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)*. : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
 12. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)*. : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
 13. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)*. : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
 14. Романчик Т.В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD-2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – С. 283.
 15. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України / Т.В. Романчик // *Бізнес-інформ.* – 2014. – №5. – С. 111-115.
 16. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
 17. Перерва П.Г.; Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємництва // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.
 18. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.
 19. Pererva P.G., Kobeliyeva T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)*. : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 48 (1220). – С. 41-44.
 1. Pererva P.G., Kocziszy Gy., Somosi Veres M., Kobeliyeva T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszy, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
- References (transliterated)**
2. Kiseleva I.A., Tramova A.M. Analiz deyatelnosti turistskikh firm s ispolzovaniyem modeli delovogo sovershenstva [Analysis of the activities of tourist firms using the model of business excellence // *Regional Economics: Theory and Practice*. 2013. №30. - pp. 53-58.] // *Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika*. 2013. №30. – s.53-58
 3. Kobelyeva T.O. Orhanizatsiyna struktura komplayens na promyslovomu pidpryyemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 121-127.
 4. Kobelyeva T.O. Rozrobka rekomendatsiy po formuvannu intehrал'noho pokaznyka komplayens-bezpeky promyslovoho pidpryyemstva [Development of recommendations for the formation of an integral index of compliance of safety of an industrial enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 46-52.
 5. Marchuk L.S. Metodyky rozrakhunku intelektual'nogo potentsialu pidpryyemstva [Methods of calculating the intellectual potential of an enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 95-101.
 6. Pererva P.G., Hliznuta M.YU. Benchmarking yak metod otsynuyannya intelektual'noho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menezhment innovatsiy.* - 2015. - № 4. - S. 11-19.
 7. Pererva P.G., Kravchuk A.V. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.
 8. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoyi ta investysynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.
 9. Pererva P.G., Marchuk L.S. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 53-63.
 10. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinnska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. – Kharkiv : NTU „KhPI”. - 2018. - № 37(1313).- S. 27-32 .
 11. Pererva P.G., Kosenko A.V., Kobelyeva, T.O., Maslak M.V. Systemnyy pidkhid do doslidzhennya tsinovykh, marketynhovoykh, investysynnykh ta innovatsiynnykh kharakterystyk transferu tekhnolohiy promyslovoyi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of technology transfer of industrial products] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 121-126.
 12. Pererva P.G., Kobelyeva T.O. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 26-30.
 13. Pererva P.G., Kobelyeva T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *V Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 70-74.
 14. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkom industriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism industry and hospitality] // *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky)*. : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 121-127.
 15. Romanchyk T.V. Deyaki aspekty ekonomichnoyi bezpeky promyslovykh pidpryyemstv [Some aspects of economic safety of industrial enterprises] // *Tezy dop. 24-yi Mizhnar. nauk.-prakt.*

- konf. "Informatsiyni tekhnolohiyi : nauka, tekhnika, tekhnolohiya, osvita, zdorovya" (*MicroCAD-2016*), 18-20 travnya 2016 r. / red. YE. I. Sokol. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – S. 283.
16. Romanchyk T.V. Analiz stanu innovatsiynoyi aktyvnosti ekonomiky Ukrainy [Analysis of the state of innovation activity of the Ukrainian economy] / T.V. Romanchyk // *Biznes-inform.* – 2014. – №5. – S. 111-115.
 17. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. – K.: Znannya, 2009. – 1070 s.
 18. Pererva P.G.; Kosenko O.P., Tkachova N.P.; Tkachov M.M. Formuvannya konkurentnoho, intelektualnoho i marketynhovoho potentsialu innovatsiynoho pidpryyemnytstva [Formation of Competitive, Intellectual and Marketing Potential of Innovative Entrepreneurship] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 36-40.
 19. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Formuvannya upravlinskoyi, marketynhovoyi ta innovatsiynoyi polityka na pidpryyemstvakh turystychnoyi industriyi [Formation of management, marketing and innovation policy at enterprises of the tourism industry] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyi politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 114-120.
 20. Pererva P.G., Kobieliya T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring [The formation of an anti-crisis program of industrial enterprises based on innovative monitoring] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – № 48 (1220). – S.41-44.
 21. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliya T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.

Надійшла (received) 04.01.2019

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petr Grigorievich) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Харків, Україна; ORCID:0000-0002-6256-9329; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

Ілляшенко, Сергій Миколайович (Ильяшенко Сергей Николаевич, Ilyashenko, Sergey Nikolaevich) – доктор економічних наук, професор, Сумський державний університет, завідувач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю, м.Суми, Україна; ORCID: 0000-0001-5484-9788; тел. +38 (0542) 687-844, e-mail: illiashenko.s@gmail.com

Гармаш Сергій Володимирович (Гармаш Сергей Владимирович, Garmash Sergey Vladimirovich) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID:0000-0002-5471-379X; e-mail: sv_garmash@ukr.net

Попов Микола Олексійович (Попов Николай Алексеевич, Popov Nikolay Alekseevich) Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-0925-5224; e-mail: popovnikolaj1987@gmail.com